

PENGARUH SUASANA CAFE DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI MERDEKA CAFE NGANJUK

Isna Aminatus Sholihah

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya

Email: isnasholihah@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh suasana cafe dan kualitas layanan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Merdeka Cafe Nganjuk, sample dalam penelitian ini sebanyak 96 responden yang diperoleh menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan angket, dokumen, dan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dengan alat bantu SPSS versi 23.0. Simpulan penelitian ini adalah suasana cafe dan kualitas layanan secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk.

Kata kunci: Suasana Cafe, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

Abstract

The purpose of this research is to know the partial and simultan influence of cafe atmosphere and service quality toward consumer satisfaction at Merdeka Cafe Nganjuk. The type of this research is descriptive research and quantitative approach. The population of this research is consumer of Merdeka Cafe Nganjuk, the quantity of sample in this research is 96 respondent using nonprobability sample technique. To collect the data using questionnaire, document, and observation. To analyse the data in this research is multiple linear regression analysis by SPSS version 23.0. The conclusions of this study shows that cafe atmosphere and the service quality partially and simultaneously have a positive and significant influence toward consumer satisfaction at Merdeka Cafe Nganjuk.

Keywords: Cafe Atmosphere, Service Quality, Consumer Satisfaction

PENDAHULUAN

Dewasa ini, pertumbuhan dan perkembangan bisnis yang sangat pesat mengharuskan suatu usaha untuk bersaing dalam memasarkan produk atau pun jasa yang mereka hasilkan. Untuk itu mereka perlu Menyusun sebuah strategi pemasaran yang tepat. Untuk dapat Menyusun sebuah strategi pemasaran yang tepat, sebuah usaha perlu mengetahui siapa saja target *market* yang akan mereka tuju, mengetahui kebutuhan dan keinginan mereka mengenai produk ataupun jasa, dan yang paling penting adalah harus jeli dalam melihat peluang pasar.

Berkumpul atau nongkrong di cafe telah menjadi kebiasaan bagi masyarakat Indonesia. Kebiasaan tersebut lahir dari perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan sesuatu yang praktis dalam pemenuhan kebutuhan akan makanan dan minuman. Hal tersebut yang akhirnya mendorong para pelaku bisnis untuk merintis bisnis ritel dalam bidang kuliner berupa cafe dan resto. Banyaknya usaha serupa mewajibkan pemilik cafe untuk lebih memahami keinginan pasar sasaran secara lebih spesifik. Pemilik cafe harus memutar otak untuk menemukan cara untuk mendapatkan perhatian serta minat konsumen untuk mengunjungi cafe mereka, hal ini dikarenakan banyak cafe yang menjual hal yang hampir sama.

Dengan menciptakan suasana cafe yang menarik dapat memunculkan minat konsumen untuk mengunjungi cafe dan kemudian didukung dengan layanan yang

berkualitas memungkinkan untuk terciptanya kepuasan konsumen, apabila konsumen merasa puas maka tidak menutup kemungkinan bagi mereka untuk melakukan pembelian di kemudian hari dan tidak menutup kemungkinan bagi mereka yang merasa puas untuk menjadi pelanggan tetap di cafe tersebut.

Salah satu cafe di Nganjuk yang memiliki suasana nyaman adalah Merdeka Cafe. Merdeka Cafe merupakan cafe yang menawarkan aneka menu mulai dari menu tradisional hingga menu modern. Merdeka Cafe mengusung tema *vintage* atau klasik karena terdapat banyak sentuhan tempo dulu dalam penataan ruangnya. Apabila dibandingkan dengan cafe lain yang ada di Nganjuk, Merdeka Cafe ini memiliki kelebihan dengan menonjolkan konsep cafe yang benar-benar bernuansa *vintage* sedangkan cafe-cafe lain kurang mampu menonjolkan tema yang mereka usung. Suasana cafe di Merdeka Cafe cenderung memberikan efek ketenangan, yang dapat dirasakan melalui warna perabot, warna dinding yang tidak mencolok, tanaman hidup yang ada didalam cafe, serta alunan musik yang sedang diputar. Ditambah lagi cafe ini sering memberikan fasilitas tambahan berupa *live music* apabila sedang ada *event-event* tertentu yang tujuannya adalah untuk menghibur pelanggan.

Di dalam Merdeka Cafe Nganjuk telah disediakan berbagai macam fasilitas pendukung yang tujuannya adalah untuk menciptakan kenyamanan bagi konsumen. Fasilitas yang disediakan oleh Merdeka Cafe Nganjuk diantaranya *indoor room* yang terdiri dari dua pilihan tempat duduk yaitu bangku dan kursi yang nyaman serta

tempat duduk lesehan, selain itu terdapat *outdoor room*, *wi-fi*, *LCD & Proyektor*, mushola serta perlengkapan sholat, toilet khusus untuk pengunjung, parkir yang luas dan aman, serta beberapa meja dan kursi dengan *spot* foto yang menarik.

Sopiah dan Syihabudhin (2008:148) menyatakan bahwa suasana cafe dapat menjadi faktor yang berpengaruh bagi konsumen dalam berkunjung dan kemudian membeli di toko. Bahkan banyak konsumen yang mengunjungi cafe karena mereka tertarik dan menyukai suasana yang ada di dalamnya, karena yang mereka perhatikan tidak hanya apa jasa ataupun barang yang ditawarkan, akan tetapi mereka juga memberikan perhatian terhadap lingkungan tempat mereka melakukan pembelian.

Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh penulis selain dari suasana cafe yang harus diperhatikan oleh pemilik yaitu kualitas layanan. Merdeka Cafe Nganjuk menerapkan sistem pelayanan *self serving* dimana konsumen harus mengambil buku menu dan mengantarkan pesannya di tempat yang telah disediakan oleh Merdeka Cafe Nganjuk, demikian halnya dengan proses transaksi yang dilakukan.

Hartono dan Subagio (2013) membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di Kedai Deja-Vu Surabaya. Demikian juga Karneli (2017) yang membuktikan bahwa suasana toko berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Hasil dua penelitian di atas kemudian diperkuat oleh Heryati (2015) yang membuktikan bahwa suasana toko dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H₁: Suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk.

Kualitas layanan terdiri dari 5 dimensi. Dimensi *tangible* dalam kualitas layanan yang diterapkan di Merdeka Cafe Nganjuk dirasa sudah cukup baik karena pemilik cafe telah mengatur cafe sedemikian rupa sehingga menciptakan perpaduan menarik untuk *interior* yang ada di dalam cafe, kelengkapan fasilitas yang diberikan, serta karyawan yang berpakaian rapi dan seragam. Dimensi *reliability* yang terdapat di Merdeka Cafe Nganjuk dalam beberapa hal dirasa masih kurang, salah satunya adalah konsumen yang harus menunggu dalam waktu cukup lama untuk dapat menikmati pesanan mereka terutama pada saat banyak pengunjung yang datang di Merdeka Cafe Nganjuk. Meskipun demikian Merdeka Cafe Nganjuk selalu ramai, bahkan pada akhir pekan. Dimensi *responsibility* dalam Merdeka Cafe Nganjuk ini terlihat dari cepat tanggapnya karyawan terhadap konsumen yang mengalami kesulitan dalam pemesanan. Dimensi *assurance* ini diwujudkan oleh pihak Merdeka Cafe Nganjuk melalui karyawan yang telah dibekali dengan pengetahuan akan produk yang mereka jual, hal tersebut dilakukan agar karyawan dapat menjelaskan dengan baik kepada konsumen. Rasa aman diciptakan oleh Merdeka Cafe Nganjuk melalui

penggunaan kamera *CCTV* di dalam cafe, dan karyawan yang bertugas sebagai penjaga parkir. Sedangkan dimensi *empathy* yang terdapat di Merdeka Cafe Nganjuk tercermin dari sikap karyawan yang ramah, serta kemampuan karyawan dalam mendenarkan keluhan dari konsumen.

H₂: Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk.

Tujuan utama dari Merdeka Cafe ini adalah menciptakan kepuasan konsumen untuk mempertahankan konsumennya, kepuasan konsumen ini timbul ketika apa yang diberikan oleh Merdeka Cafe dari segi suasana yang dihadirkan di dalam cafe dan layanan berkualitas yang disuguhkan sama dengan apa yang diinginkan bahkan diatas keinginan konsumen.

H₃: Suasana cafe dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe.

Penelitian ini menjadi penting dilakukan sebagai usaha untuk meningkatkan kepuasan konsumen. fenomena yang terjadi di mana telah terjadi pergeseran fungsi cafe dari yang awalnya hanya menjadi tempat makan saja menjadi tempat berkumpul dan bersosialisasi, hal tersebut memotivasi penulis untuk membuktikan bahwa terdapat pengaruh dari suasana cafe dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Seluruh konsumen yang ada di Merdeka Cafe Nganjuk merupakan populasi dalam penelitian ini dan kemudian diambil sample sebanyak 96 orang responden dengan menggunakan *nonprobability sample*. Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan angket, dokumen, dan observasi. Penganalisisan data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS 23.0.

Metode Analisis

Uji Normalitas

Tabel 1. Uji Normalitas

N	Unstandardized Residual
Test Statistic	.077
Asymp. Sig. (2-tailed)	.197

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

Nilai signifikansi yang diperoleh dari *Unstandardized Residual* adalah $0,197 > 0,05$ yang dapat diartikan bahwa data yang digunakan terdistribusi normal.

Uji Multikolenieritas

Tabel 2. Uji Multikolenieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Suasana Cafe (X_1)	.842	1.188
Kualitas layanan (X_2)	.842	1.188

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

- 1) Variabel suasana cafe (X_1) memiliki nilai VIF $1,188 < 10$ dengan nilai *tolerance* $0,842 > 0,1$.
- 2) Variabel kualitas layanan (X_2) memiliki nilai VIF $1,188 < 10$ dengan nilai *tolerance* $0,842 > 0,1$.

Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolenieritas.

Uji Linieritas

Tabel 3. Uji Linieritas

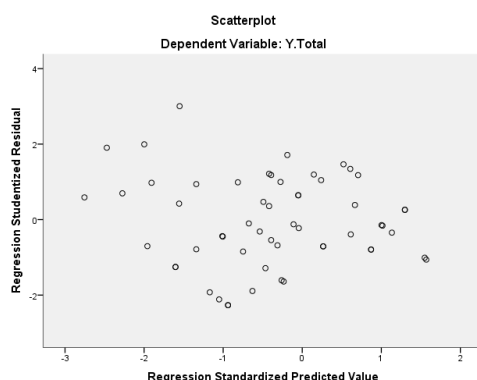
Model	df	Sig.
1 Regression	2	.000
Residual	93	
Total	95	

(Sumber: Diolah Penulis, 2018)

Nilai signifikansinya sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05. Sehingga semua variabel yang dipakai memiliki hubungan yang linear.

Uji Heterokedastisitas

Gambar 1. Uji Heterokedastisitas



(Sumber: Hasil output IBM SPSS statistic version 23)

Tidak terjadi heteroskedastisitas karena titik-titiknya menyebar tidak beraturan dan tidak membentuk pola.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengolahan data yang dilakukan oleh penulis setelah melakukan penyebaran angket kepada 96 responden:

Tabel 4. Karakteristik Responden Penelitian

No	Aspek	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Berdasar jenis kelamin:		
a.	Wanita	62	65 %
b.	Pria	34	35 %
	Jumlah	96	100 %
2.	Berdasar usia		
a.	17-25 tahun	49	51 %
b.	26-35 tahun	26	27 %
c.	36-40 tahun	15	16 %
d.	< 40 tahun	6	6 %
	Jumlah	96	100 %
3.	Berdasar profesi		
a.	Pelajar/ Mahasiswa	35	36 %
b.	TNI/POLRI	7	7 %
c.	PNS	18	19 %
d.	Wiraswasta	14	15 %
e.	Karyawan	12	13 %
f.	Lain-lain	10	10 %
	Jumlah	96	100 %

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

Responden penelitian ini didominasi oleh perempuan, sebanyak 65%, rentang usianya 17-25 tahun, sebanyak 51%, dan pelajar yang mendominasi sebanyak 36%.

Pengaruh suasana cafe (X_1) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Tabel 5. Hasil Uji-t

Model	t	Sig.
1 (Constant)	14.876	.005
Suasana cafe (X_1)	2.719	.000

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

t hitung untuk variable suasana cafe sebesar 2,719 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat diartikan, suasana cafe berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. Apabila nilai dari suasana cafe naik maka kepuasan konsumen juga akan naik. Apabila nilai dari suasana cafe mengalami penurunan maka kepuasan konsumen juga akan menurun. Sehingga hipotesis pertama pada penelitian ini dapat diterima.

Berdasar hasil analisis karakter responden penelitian, konsumen di Merdeka Cafe di dominasi oleh konsumen perempuan. Pada umumnya konsumen perempuan datang dengan berkelompok, baik untuk berdiskusi maupun untuk menghabiskan waktu dengan berbincang-bincang. Perbandingan jumlah konsumen perempuan dan laki-laki yang lebih didominasi oleh konsumen perempuan ini sesuai dengan Hung (2012) dan Damanik (2008) menyatakan bahwa responden di dominasi oleh perempuan karena perempuan cenderung lebih konsumtif dari laki-laki. Perempuan yang datang ke cafe

memiliki motivasi untuk kegiatan belajar atau berfoto sehingga faktor dari segi daya tarik akan desain bangunan memberikan pengaruh yang lebih besar. Sedangkan motivasi dari konsumen laki-laki yang mengunjungi cafe adalah untuk melakukan pertemuan, *refreshing* dengan kegiatan menonton pertandingan sepak bola secara beramai-ramai di cafe, *life acoustic* dan keberadaan mereka di cafe tersebut cenderung dipengaruhi oleh keberadaan orang lain (Farasa dan Kusuma, 2015).

Variabel suasana cafe diukur dengan beberapa indikator, diantaranya adalah suara, aroma, tekstur, desain interior, eksternal layout, dan desain eksterior. Berdasar hasil angket, di ketahui bahwa dari 14 item pernyataan yang digunakan untuk mengukur suasana cafe, pernyataan pengelompokan meja dan kursi memudahkan konsumen memilih tempat duduk yang diinginkan memperoleh persentase tertinggi. Simpulan mengenai hal tersebut adalah konsumen merasa puas dengan penataan serta pengelompokan bangku dengan nuansa yang berbeda sehingga mereka tidak merasa bosan ketika menghabiskan waktu di Merdeka Cafe. Sedangkan pernyataan yang menyatakan bahwa tempat parkir di Merdeka Cafe luas memperoleh nilai mean terendah dan di dominasi oleh jawaban setuju dari responden. Hal ini dapat disimpulkan bahwa luas lahan parkir di Merdeka Cafe mempunyai efek yang kecil pada kepuasan konsumen.

Hasil peneitian ini dikuatkan oleh Heryati (2015) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan pada suasana toko dengan kepuasan konsumen. Selain itu, Levi dan Weitz (2001:491) menjelaskan bahwa suasana mendapatkan perhatian yang lebih dari konsumen untuk berkunjung ke toko, mempengaruhi untuk membeli, dan kemungkinan besar dapat menimbulkan kepuasan konsumen dalam belanja.

Simpulan dari indikator yang telah dijelaskan di atas adalah semakin bagus suasana cafe yang mampu diciptakan maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang akan bertambah. Dalam hal berbelanja, suasana cafe bisa menjadi sebuah nilai jual dan nilai tambah dalam hal mempengaruhi keinginan konsumen untuk mengunjungi cafe dan membeli sesuatu dan kemudian ditambah dengan pemberian layanan berkualitas sehingga dapat membuat konsumen merasa puas.

Pengaruh kualitas layanan (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Tabel 6. Hasil Uji-t

	Model	t	Sig.
1	(Constant)	14.876	.005
	Kualitas layanan (X ₂)	3.028	.000

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

t hitung kualitas layanan sebesar 3,028 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Sehingga dapat diketahui bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk. Analoginya, apabila nilai kualitas layanan naik maka akan

di ikuti juga dengan naiknya nilai kepuasan konsumen. Apabila nilai dari kualitas layanan mengalami penurunan maka akan berdampak juga dengan turunnya nilai kepuasan konsumen. Sehingga hipotesis kedua pada penelitian ini dapat diterima.

Indikator berwujud berhubungan dengan bukti atau fasilitas fisik di Merdeka Cafe Nganjuk. Setiap konsumen yang datang langsung bisa memilih tempat duduk yang diinginkan, kareja Merdeka Cafe Menyediakan tempat duduk dan bangku dengan jumlah banyak. Selain itu, kebersihan juga mempunyai dampak terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu Merdeka Cafe memiliki kewajiban menyediakan lingkungan, bahan makanan, serta peralatan yang bersih.

Indikator kehandalan ini meliputi ketepatan antara apa yang dipesan konsumen dengan apa yang mereka dapatkan, jam operasional yang sesuai, serta rasa yang konsisten. Dengan memperhatikan hal itu dapat menumbuhkan rasa percaya dari konsumen terhadap layanan Merdeka Cafe.

Indikator daya tanggap meliputi layanan yang cepat serta kemudahan konsumen dalam proses pembayaran. Cara kerja pramusaji yang sesuai dengan harapan konsumen adalah kesesuaian waktu dan informasi yang diberikan. Selain itu, Merdeka Cafe juga menyediakan kemudahan dalam pembayaran tunai maupun non tunai.

Indikator jaminan ini erat kaitannya dengan bagaimana memunculkan rasa percaya dari konsumen baik dari usahanya maupun personalnya.

Indikator empati ini meliputi kemauan dan kesediaan pramusaji dalam menanggapi keluhan konsumen. Perhatian yang terasa tulus dan bersifat individual dari pramusaji mampu memberikan kesan yang berbeda terhadap konsumen, perasaan merasa diistimewakan ini mampu menaikkan kepuasan konsumen Merdeka Cafe. Bentuk perhatian semacam ini bisa diberikan semenjak konsumen datang ke cafe, baik dengan sapaan atau senyuman dan perlakuan istimewa lainnya.

Berdasar 13 item pernyataan yang digunakan item pernyataan yang berbunyi karyawan Merdeka Cafe mampu mendengarkan keluhan dari konsumen dengan baik. Memperoleh persentase tertinggi. Perhatian yang bersifat perseorangan yang diberikan karyawan kepada konsumen akan memberikan kesan tersendiri bagi konsumen. Perasaan merasa diperlakukan dan mendapat perhatian yang special ini akan menambah rasa puas yang lebih tinggi lagi terhadap Merdeka Cafe. Sedangkan pernyataan dengan mean terendah adalah cita rasa makanan dan minuman di Merdeka Cafe tidak berubah (selalu konsisten) ini di dominasi oleh jawaban setuju dari responden. Dapat disimpulkan bahwa cita rasa makanan dan minuman yang konsisten mempunyai pengaruh yang kecil terhadap kepuasan konsumen. Rasa yang konsisten tersebut menunjukkan kinerja yang sesuai dengan harapan konsumen. Dengan memperhatikan hal tersebut mampu membangun rasa percaya konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Merdeka Cafe Nganjuk.

Hasil ini sejalan dengan teori Tjiptono (2006) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang erat. Utami dan Jatra (2015) menemukan bahwa terdapat pengaruh positif dan

signifikan pada kualitas layanan dengan kepuasan konsumen. Sehingga dapat disimpulkan jika teori yang telah dijabarkan diatas serta hasil penelitian terdahulu menguatkan hasil penelitian ini

Pengaruh suasana cafe (X₁) dan kualitas layanan (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y)

Untuk mengetahui pengaruh dari dua variable bebas tersebut terhadap variable terikat maka dilakukan uji F yang hasilnya:

Tabel 6. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	F	Sig.
1 Regression	312.965	2	113.083	.000
Residual	128.692	93		
Total	441.656	95		

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

Berdasar hasil uji F, nilai sig 0,000 < 0.05 yang dapat diartikan bahwa dua variable bebas yang digunakan yaitu suasana cafe dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk. Dengan demikian hipotesis ketiga pada penelitian ini dapat diterima.

Apabila nilai dari suasana cafe dan kualitas layanan naik maka nilai kepuasan konsumen juga akan naik. Dan sebaliknya, apabila nilai dari dua variable bebas tersebut mengalami penurunan maka nilai dari kepuasan konsumen juga akan mengalami penurunan.

Dari hasil penelitian pada indikator yang digunakan untuk menghitung sejauh mana konfirmasi harapan, tanggapan responden menunjukkan bahwa mereka puas terhadap suasana cafe di Merdeka Cafe. Ini sesuai dengan pendapat Martin dan Morich (2011) dalam Tulipa (2014) yang menyatakan bahwa setiap pelaku usaha menilai kepuasan dari terpenuhi atau tidaknya harapan yang dimiliki oleh konsumen. Suasana yang nyaman dapat membuat konsumen senang menghabiskan waktu yang cukup lama berada di dalam kafe. Menurut Farasa dan Kusuma (2015) rela menghabiskan waktu yang cukup lama di cafe merupakan sebuah keadaan psikologis seseorang di mana mereka senang, nyaman, dan puas sehingga tanpa sadar mereka telah menghabiskan waktu yang cukup lama di cafe. Penelitian Harianto dan Subagio (2013) yang menunjukkan bahwa suasana memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen. Lestari (2018) menemukan bahwa semua variabel dari kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa suasana cafe yang dibentuk oleh Merdeka Cafe dan layanan yang ada sudah sesuai dengan keinginan konsumen akhirnya mereka merasa puas.

Indikator untuk mengukur kemungkinan dalam merekomendasikan Merdeka Cafe, tanggapan responden menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan yang cukup besar dari responden yang merasakan kepuasan setelah mengunjungi dan melakukan pembelian di Merdeka Cafe untuk merekomendasikan cafe tersebut kepada orang lain. Kondisi dimana konsumen merasa puas dapat memicu untuk terciptanya *word of mouth* yang positif dengan intensitas lebih tinggi dan besar kemungkinan bagi mereka

untuk merekomendasikan Merdeka Cafe kepada orang lain.

Dari hasil penelitian pada indikator minat beli ulang, tanggapan responden menunjukkan bahwa terdapat kemungkinan yang besar bagi responden yang merasa puas untuk melakukan pembelian ulang di Merdeka Cafe. Sejalan dengan pendapat dari Tulipa (2014) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan unsur utama untuk melihat apakah konsumen akan melakukan pembelian selanjutnya atau bahkan akan menjadi konsumen setia.

Minat beli ulang adalah hasrat atau gairah untuk melakukan pembelian selanjutnya, hal tersebut berdasarkan atas pengalaman mereka dalam berbelanja sebelumnya. Sehingga dapat disimpulkan jika pengalaman melakukan pembelian yang pernah dilakukan sebelumnya mempunyai pengaruh yang besar terhadap sikap konsumen dalam melakukan pembelian yang akan dilakukan di lain waktu. Apabila konsumen memiliki kesan yang baik dan mereka merasa puas maka besar kemungkinan untuk datang kembali ke Merdeka Cafe dan melakukan pembelian.

Penelitian Anggraeni dan Hermiati (2013) menemukan bahwa kondisi bagian dalam dan tatanan segala macam perabot yang ada di dalam berdampak terhadap minat beli ulang. Jika tanggapan konsumen mengenai bagian dalam dan bagian luar dari bangunan meningkat maka akan menciptakan kepuasan konsumen dan kemudian berpengaruh juga terhadap peningkatan minat beli ulang dari konsumen. Penelitian Faradisa dkk (2016) menunjukkan bahwa minat beli uang dipengaruhi secara langsung oleh kualitas layanan. Peningkatan persepsi konsumen akan kualitas layanan terutama mengenai bagaimana cara pramusaji dalam memenuhi layanan yang telah dijanjikan, kemampuan pramusaji dalam menjelaskan tentang produk yang mereka jual, tindakan pramusaji yang cepat dalam merespon pesanan maupun keluhan dari konsumen, rasa aman dan nyaman konsumen saat berada di Merdeka Cafe, cara pramusaji dalam memberikan perhatian secara individual dan sepenuh hati kepada konsumen, serta proses transaksi yang tidak berbelit-belit sehingga kondisi tersebut dapat menumbuhkan keinginan konsumen untuk melakukan membeli lagi. Menurut Mastuti (2010) konsumen menilai sikap pemberi jasa sebagai tolak ukur awal mengenai kemampuan kerja dari sebuah toko maupun resto dan hal tersebut ternyata berpengaruh pada minat beli ulang.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Kristiana dan Edwar (2017) yang membuktikan suasana cafe dan kualitas layanan mempunyai pengaruh pada kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Heryati (2015) juga menyatakan bahwa suasana dan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Sehingga dapat dikatakan bahwa hasil penelitian terdahulu menguatkan hasil penelitian penulis.

Untuk melihat seberapa besar kesanggupan variabel bebas dalam menjelaskan variable terikat maka dilakukan uji determinasi (R^2).

Tabel 7. Uji R²

Model	R	R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842	.709	1.17634

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

Adjusted R square sebesar 0.709 jika dirubah kedalam persen menjadi 70,9%. Yang dapat diartikan bahwa suasana cafe dan kualitas layanan secara simultan mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk, namun 29,1% sisanya merupakan kepuasan konsumen yang dijelaskan melalui variable yang lain.

Regresi Linier Berganda

Tabel 8. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	4.418	1.536
Suasana cafe (X ₁)	.299	.020
Kualitas layanan(X ₂)	.337	.028

(Sumber: Diolah penulis, 2018)

$$Y = 4,418 + 0,299 X_1 + 0,337 X_2 + e$$

Penjelasan dari persamaan regresi linear berganda di atas sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar 4,418 menunjukkan bahwa apabila nilai variable suasana cafe dan kualitas layanan ditiadakan atau dianggap nol, maka kepuasan konsumen masih akan terjadi.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel suasana cafe adalah sebesar 0,299 dapat diartikan bahwa apabila nilai dari variable suasana cafe meningkat maka nilai kepuasan konsumen juga akan meningkat.
- Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas layanan adalah sebesar 0,337 dapat diartikan bahwa apabila nilai dari variable kepuasan konsumen mengalami kenaikan maka akan diikuti juga oleh nilai kepuasan konsumen.

Kesimpulan

- Suasana cafe berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk.
- Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk.
- Suasana cafe dan kualitas layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Merdeka Cafe Nganjuk.

DAFTAR RUJUKAN

Faradisa, Isti., dkk. 2016. *Analisis Pengaruh Variasi Produk, Fasilitas, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada*

Indonesian Coffeeshop Semarang (Icos Cafe). Journal Of Management, Vol. 02, No.2.

Farasa, Nisa dan Hanson E. Kusuma. 2015. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kebiasaan di Cafe: Perbedaan Preferensi Gender dan Motivasi.* Prosiding Temu Ilmiah IPLBI. Hal: 29-34.

Harianto, David dan Hartono Subagio.2013. *Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja-Vu Surabaya.* Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol 01, No. 01: hal 1-8.

Heryati, Euis. 2015. *Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hypermart Puri Jakarta.* Jurnal Komunikologi. Vol. 12, No. 01.

Kristiana, Maria dan Muhammad Edwar. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya.* Jurnal Pendidikan Tata Niaga. Vol. 01, No. 01. Hal 113-117.

Lestari, Fibria Anggraini Puji. 2018. *Faktor –Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.* Jurnal Sosio e-kons, Vol. 10, No. 02. Hal: 179-187.

Levy, Michael dan Weitz, Barton A. 2007 *Retailing Management*, Edisi 4. New York: McGraw Hill.

Masrul dan Okta Karneli. 2017. *Pengaruh Store Atmosphere Dan Store Location Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Produk Texas Chicken Plaza Citra Pekanbaru).* Jurnal of Management. Vol. 04, No. 02. Hal: 1-11.

Mastuti, Endang Tri. 2010. *Pengaruh Persepsi Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Kembali Konsumen pada Hypermart Solo Grand Mall dengan Persepsi Penanganan Keluhan Sebagai Variabel Pemediiasi.* Jurnal Riset Manajemen dan Akutansi Vol. 01, No. 02. Hal: 36-49.

Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 2006. *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Tulipa, Diyah.,dkk. 2014. *The Influence of Store Atmosphere on Emotional Responses and Re-Purchase Intention.* Journal of Business Management and Strategy Vol. 05, No. 02. Hal: 151-164.

Utami, Ida Ayu Inten Surya dan I Made Jatra. 2015.
*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan Restoran Baruna Sanur*. E-Jurnal
Manajemen Unud. Vol. 04, No. 07: hal: 1984-2000.